

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini penampilan fisik merupakan perhatian utama khususnya untuk para perempuan. Setiap perempuan selalu memiliki keinginan untuk menampilkan tampilan fisik yang sempurna karena kecantikan merupakan salah satu hal yang paling penting, bukan hanya dalam cara berpakaian, tetapi dalam hal kecantikan pada kulit wajah dan tubuh sudah menjadi prioritas utama dalam berpenampilan (Saldy, 2013). Makna kecantikan yang ada pada saat ini merupakan suatu konstruksi sosial yang sudah tidak lagi memaknai cantik sebagaimana cantik pada umumnya, tetapi cantik pada saat ini menjadi sebuah kebutuhan akan pengakuan sosial, penghargaan dan aktualisasi diri. Pemahaman dari sebagian masyarakat masih menganggap bahwa cantik itu sangat dipengaruhi oleh kekuatan media dalam memandang kecantikan itu sendiri. Selain itu terdapat makna cantik yang telah dipahami oleh semua perempuan bahwa cantik itu berkulit putih, tinggi dan berambut lurus (Wahyuni, Erianjoni, & Hasmira, 2018). Pemaknaan cantik yang telah ada ini didasari oleh beberapa perilaku masyarakatnya, seperti bagaimana cara seseorang menghargai diri dan memandang orang lain (Sari, 2017). Konsep cantik sendiri sudah melekat pada setiap perempuan, yang dimana seorang perempuan dengan kulit putih, berpenampilan menarik, berdandan dengan riasan yang menarik, serta tubuh yang sempurna. Sebuah pemaknaan yang memang sudah mengkonstruksi dari dahulu hingga kini.

Dalam hal pemahaman mengenai kecantikan ini menimbulkan keinginan khususnya dari para mahasiswa untuk dapat mempercantik diri dan tak jarang mereka meninggalkan kecantikan sehingga membuat para mahasiswa menjadi sangat terobsesi pada penampilan luar saja dan melupakan kecantikan itu juga bisa berasal dari dalam yang biasa dinamakan *inner beauty*. *Inner beauty* dapat terlihat jika seorang perempuan memiliki fisik yang sehat, hati yang baik, serta budi pekerti yang santun. Sisi kecantikan yang berasal dari luar dapat berupa bagaimana menyesuaikan penampilan fisik sesuai dengan lingkungan serta

menggunakan tata rias yang juga tidak berlebihan seperti kosmetik (Rahmiati, dkk, 2013, hlm. 142). Hal ini sepemahaman dengan pendapat bahwa setiap individu harus dapat berpartisipasi dengan lingkungannya, dan setiap individu juga harus bisa berusaha untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungannya (Abu, 2009, hlm. 71). Sama halnya dengan para mahasiswi jika dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat menampilkan penampilan fisik sesuai dengan *trend* yang sedang berkembang seperti memakai bedak yang tebal, *blush on*, *eyeliner*, *mascara*, alis serta *lipstick* sewaktu pergi ke kampus maka para mahasiswi telah mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Pada zaman sekarang tidak dipungkiri bahwa kehadiran internet dapat memudahkan manusia dalam hal berkomunikasi, berinteraksi, serta mendapatkan informasi darimana saja. Dalam hal ini manusia dapat menonton serta mengakses media sosial sebagai acuan atau panutan dalam hal merias diri dan ini merupakan hal yang mudah dan sudah tidak asing lagi pada era modern seperti ini termasuk di Indonesia. Kehidupan zaman sekarang sudah dipengaruhi oleh adanya media massa dan perkembangan teknologi yang canggih. Salah satu bentuk teknologi canggih yang telah berkembang pada saat ini adalah internet dengan kegunaannya yang beragam serta menciptakan berbagai karakter yang terbuka agar siapapun dan dimanapun dapat mengakses dengan jaringan nirkabel, terlebih lagi karena sudah banyak daerah dan lokasi yang sudah terpasang dengan jaringan nirkabel. Internet disebut juga dengan *new media* dimana sebagai media baru yang berbentuk digital serta memiliki karakteristik yang cukup interaktif (McQuail, 2011, hlm. 43). Terdapat sekitar 143,26 juta jiwa yang sudah menggunakan internet di Indonesia pada tahun 2017 dari jumlah populasi penduduk yang ada sebanyak kurang lebih 262 juta jiwa. Dengan menggunakan presentase bahwa 54,68% dari masyarakat Indonesia yang dapat tersambung dengan jaringan internet, sesuai dengan gambar dibawah ini.



**Gambar 1.1 Jumlah Masyarakat Indonesia yang Terkoneksi Internet**

Sumber: Majalah Marketeers (Triwijanarko, 2017)

Data ini juga dilihat dari peningkatan pertumbuhan pengguna jaringan internet pada setiap tahunnya sesuai dengan gambar berikut ini.



**Gambar 1.2 Peningkatan Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia**

Sumber: Majalah Marketeers (Triwijanarko, 2017)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan dalam jumlah pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Hal ini terjadi karena setiap warga masyarakat pada sekarang ini sudah dapat mengakses internet dengan mudah karena hampir semua daerah sudah memiliki jaringan internet yang cukup merata dikota-kota besar di Indonesia ini. Internet dan teknologi pun tidak bisa lepas dari masyarakat pada saat ini.

Teknologi yang ada pada saat ini sudah banyak dan beragam, terdapat juga beragam aplikasi yang biasa kita temui di dalam teknologi masa kini, aplikasi-aplikasi tersebut kita kenal sebagai media sosial. Media sosial adalah sebuah media atau sarana tempat dimana para penggunanya dapat dengan mudah untuk bertemu secara tidak nyata, untuk dapat berbagi mengenai informasi, dan juga

AYUDHA PUSPITA, 2021

REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN VLOG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menciptakan isi akan sebuah media, contoh media yang sudah berkembang seperti *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan beberapa bentuk dari media sosial yang cukup sering digunakan oleh masyarakat pada awal keberadaannya (Wikipedia, 2019a). Andreas Kaplan & Michael Haelein menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah kumpulan-kumpulan aplikasi yang menggunakan basis internet dan teknologi web zaman 2.0 yang memungkinkan terjadinya pertukaran dan penciptaan *user-generated content*. Pada saat ini terdapat 6 jenis media sosial yaitu :

1. Proyek kolaborasi, sebuah situs yang bisa digunakan penggunanya agar dapat menambah informasi, mengubah, serta membuang informasi yang ada pada *websitenya*, seperti *Wikipedia*.
2. *Blog & Microblog* yaitu suatu media dimana penggunanya dapat mengekspresikan sesuatu yang dirasakan seperti menceritakan pengalaman pribadi atau berupa kritik terhadap suatu kebijakan, seperti media sosial *Twitter*.
3. Konten dapat digunakan oleh *user* dan pengguna *website* untuk saling menyebarkan isi dari sebuah berita bisa berupa video, gambar, atau suara didalamnya, contohnya *YouTube*.
4. Situs jejaring sosial yang digunakan agar para masyarakat yang memiliki akun dapat tetap terhubung dengan masyarakat lain yang berbeda lokasi, biasanya berisikan beberapa informasi diri pengguna dan dapat dilihat orang lain, contohnya *Facebook*.
5. *Virtual Game World* yaitu sebuah dunia virtual yang menggunakan teknologi 3D, dimana *user* berbentuk avatar atau gambar dan berinteraksi dengan orang lain, contohnya *Games Online*.
6. *Virtual Social World* yaitu dunia virtual yang *user* merasa hidup di dunia maya dan berinteraksi dengan yang lain, contohnya *Second Life* (Kaplan & Haenlein, 2010)

Dari 6 jenis media sosial yang ada diatas, terdapat salah satu situs yang terkenal yang dimana hampir sebagian besar kaum muda menggunakannya yaitu *Youtube*. *Youtube* merupakan sebuah situs media sosial yang berfungsi untuk

saling berbagi video yang didirikan oleh tiga mantan karyawan PayPal pada bulan Februari 2005. Situs ini memungkinkan para pengguna untuk mengunggah, menonton, serta berbagi video. Berbagai macam video yang dibagikan dari mulai *blog video* keseharian pengguna hingga video pendidikan. Para pengguna tidak harus mendaftar untuk dapat menonton video, tetapi hanya pengguna yang sudah terdaftar yang dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas (Wikipedia, 2019b).

Dewasa ini semakin marak dan bermunculan berbagai konten video yang biasa disebut dengan *vlog* atau *Video Log*, video berupa kegiatan sehari-hari dari pengguna terdaftar pada *Youtube* atau yang biasa dikenal sebagai *Youtuber*. *Video-Blogging*, atau disingkat *vlogging* ataupun *vidblogging*, merupakan suatu bentuk kegiatan *blogging* dengan menggunakan video serta penggunaan teks dan audio sebagai sumber media informasi yang utama didalam video. Berbagai perangkat seperti ponsel pintar, kamera digital dengan mikrofon yang digunakan untuk merekam kegiatan yang akan dilakukan merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas *vlogging*. *Vlogging* biasanya dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar, serta untuk beberapa *video blogging* yang lainnya dapat menyantumkan metadata lainnya. *Video blogging* dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau beberapa rekaman yang dipotong ke dalam beberapa bagian. Melalui perangkat lunak yang dimiliki, pengguna dapat mengedit video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio atau suara, serta menggabungkan beberapa rekaman kedalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman yang utuh dan disebut dengan *video blogging* (Herlina & Islami, 2016).

Dalam penggunaan media sosial tentu seseorang memiliki berbagai motivasi (PS Leonard, 2016). Sama halnya dengan para mahasiswi yang sering mengakses *Youtube* hanya untuk mencari referensi dalam hal tampilan ketika mereka akan keluar dari rumah. Video-video dari para *vlogger* (sebutan untuk orang yang membuat *vlog*) ini sebagai acuan atau panutan mereka untuk mengaktualisasikan dirinya melalui konten-konten yang ada di *vlog* yang mereka tonton. Mereka juga menggunakan *Youtube* untuk melihat berbagai video-video

mengenai cara berdandan meski hanya sekedar keluar rumah, pergi ke kampus, pergi bekerja maupun dalam acara-acara resmi yang lain. Setiap perempuan pasti berlomba-lomba untuk membentuk citra diri sebagai perempuan cantik yang selama ini diidam-idamkan oleh semua perempuan. Dan dari konten-konten *vlog* yang diunggah ke *Youtube* inilah yang mampu merepresentasikan makna cantik untuk dapat mengaktualisasikan dirinya yang selama ini diinginkan oleh setiap perempuan. Terlebih lagi sekarang ini sudah memasuki zaman modern dan era milenial yang dimana para perempuan menginginkan penampilan sebagai pusat perhatian dari seluruh kalangan masyarakat ketika berada di lingkungannya. Hal inipun sebagai upaya untuk menunjukkan aktualisasi dirinya dikhalayak umum.

Dalam proses pengaktualisasian diri mereka, para mahasiswi ini mencoba untuk mengambil contoh-contoh yang positif dari *vlog* yang mereka tonton. Seiring dengan perkembangan zaman jumlah dari para *vlogger* semakin lama semakin banyak dikarenakan penikmatnya pun juga banyak, hal ini menunjukkan bahwa konten yang demikian mendapat perhatian yang cukup intens dari pengguna *Youtube* di Indonesia khususnya bagi perempuan. Para *vlogger* tidak terbatas jenis kelamin baik perempuan maupun laki-laki dapat membuat konten video yang ada di *Youtube*, tidak terkecuali seorang laki-laki yang bergaya dan berdandan hampir menyerupai seorang perempuan, dia adalah Jovi Adhiguna. Ia adalah seorang *influencer* dan juga *content creator* yang merambah dunia *Youtube* sebagai seorang *vlogger*. Isi dari *vlog* Jovi mulai dari *lifestyle*, *fashion*, *daily vlog*, *beauty vlog*, dan juga *challenge* yang sering dilakukan oleh para *vlogger*.



**Gambar 1.3 Penampilan Diri Jovi Adhiguna**

Sumber : *Instagram* Jovi Adhiguna

Jovi Adhiguna Hendrawan atau yang lebih dikenal dengan Jovi Adhiguna Hunter. Jovi adalah seorang sarjana lulusan tata busana Universitas Telkom yang membawa karir pertamanya untuk menjadi seorang *fashion stylist* dari beberapa *boyband*, *girlband*, penyanyi wanita dan penyanyi pria khususnya di Indonesia. Selanjutnya Jovi mulai merambah dunia *Youtube* menjadi seorang *content creator* dan *youtuber*. Sebagai seorang *youtuber* Jovi Adhiguna, terpilih sebagai wakil dari Indonesia dalam acara *YouTube Creators For Change Summit* yang diadakan di London 24 Januari 2018 lalu (<https://www.brilio.net/selebritis/jovi-adhiguna-ikon-gaya-androgyny-yang-mulai-suka-fashion-sejak-sd-1802233.html#>). Yang dimana acara tersebut diselenggarakan oleh *Youtube* sebagai bentuk edukasi kepada para milenial yang menganggap bahwa *youtube* sebagai budaya dan konten persebaran video yang positif.

Didalam videonya Jovi membuat berbagai konten yang cukup menarik untuk ditonton, mulai dari video kesehariannya, video mengenai kuliner yang sering ia kunjungi, video mengenai jalan-jalan, dan juga video mengenai kecantikan atau yang disebut *beauty vlog*. Peneliti lebih tertarik kepada video kecantikan yang dibuat oleh Jovi, dalam beberapa video yang ada pada konten Jovi, ia mengunggah video mengenai bagaimana cara untuk membuat rambut menjadi keriting dengan aman, terdapat pula video mengenai cara berdandan yang dilakukan oleh *makeup* artis yang terkenal. Dalam membuat konten di *Youtube* ini secara tidak langsung Jovi melakukan interaksi dengan penontonnya secara tidak langsung dan hal ini merupakan suatu aktivitas sosial dalam bentuk digital.

Hal ini Jovi lakukan sebagai bentuk presentasi dirinya sebagai seorang laki-laki yang dapat menjadi cantik apabila memang ada kemampuan untuk menjadi cantik. Dapat kita lihat bahwa seorang laki-laki seperti Jovi saja dapat mempresentasikan dirinya menjadi cantik apabila didukung oleh keinginan dan usahanya merias diri bak seorang perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa kita sebagai seorang perempuan pun harus bisa merawat diri, menunjukkan kecantikan kita baik dari dalam maupun dari luar untuk memberikan kesan bahwa setiap perempuan itu memiliki makna cantiknya sendiri-sendiri. Hal ini biasa disebut dengan representasi. Representasi adalah suatu penggunaan tanda-tanda untuk

AYUDHA PUSPITA, 2021

REPRESENTASI MAKNA CANTIK DALAM AKTUALISASI DIRI TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL MELALUI KONTEN VLOG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menampilkan ulang sesuatu yang diserap, diindra, dan dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik (Barker, 2005, hlm. 9).

Representasi yang diungkapkan disini adalah bagaimana seorang perempuan khususnya para mahasiswi mampu untuk menampilkan ulang apa yang sudah dilakukan oleh Jovi dalam hal mengaktualisasikan diri dalam makna cantik tersebut. Jika dilihat Jovi yang seorang laki-laki bisa mempresentasikan makna cantik sebagai perempuan melalui video *tutorial* yang ada di akun *Youtubenya*, hal ini menjadikan para mahasiswi untuk ikut mempresentasikan kembali makna cantik yang sudah melekat di masyarakat sebagai seorang perempuan. Sehingga para mahasiswi akan mampu mengaktualisasikan dirinya di masyarakat sebagai perempuan yang cantik baik dari dalam diri mereka maupun dari luar diri mereka dengan berdandan atau berpenampilan secara tidak berlebihan.

Istilah aktualisasi diri atau yang biasa disebut dengan *self actualization* merupakan suatu kecenderungan yang mendasar dari sisi organisme seseorang untuk mewujudkan, meningkatkan atau mengaktualisasikan dirinya sendiri. Adapun istilah aktualisasi diri adalah proses yang terjadi pada diri seseorang untuk menjadi individu yang mengembangkan potensi-potensi umum pada dirinya ataupun potensi unik terhadap dirinya (Amirullah, 2017). Dan video yang dibuat dan diunggah oleh Jovi, tampak bahwa Jovi sangat percaya diri dan mampu mempresentasikan kecantikan yang ada didalam dirinya dengan berpenampilan layaknya seorang perempuan meskipun sejatinya dia adalah laki-laki tulen serta berinteraksi dengan baik kepada penontonnya melalui konten *Youtube* yang ia buat. Jika laki-laki saja mampu menampilkan dan mempresentasikan dengan baik makna dari cantik itu sendiri maka kita sebagai perempuan pun tidak boleh kalah dalam mempresentasikan diri kita sebagai perempuan yang cantik seutuhnya karena pada dasarnya semua perempuan itu cantik dengan atau tanpa merias diri, dengan atau tanpa memiliki kulit yang putih, tubuh yang tidak tinggi, tubuh yang besar ataupun kecil.

Maka melalui video dari Jovi tersebut mampu membuat para mahasiswi merepresentasikan cantik itu kembali pada kodrat kita sebagai seorang

perempuan. Dan sebagai salah satu perempuan yang mampu beraktualisasi maka para mahasiswi memiliki kebebasan, yaitu suatu pengalaman hidup yang bebas dan dengan cara yang diinginkannya sendiri pada masyarakat luas dan dalam interaksi sosial dengan perempuan atau masyarakat lainnya, tanpa ada perasaan tertekan atau terhambat, dan juga memiliki pengalaman organismik. Dan orang yang mampu mengambil keputusan berdasarkan pengalaman organismiknya sendiri maka ia akan mampu mengerjakan apa yang ia rasa benar sebagai bukti kompetensi dan keyakinannya untuk bertingkah laku seperti yang diinginkannya (Amirullah, 2017). Setiap perempuan yang sudah bisa mengaktualisasikan dirinya dan mampu berinteraksi sosial dengan baik tanpa memilah dan memilih dengan siapa saja tanpa membedakan maka ia dapat menerima aktualisasinya didalam masyarakat. Begitu pula dalam hal ini mengenai para mahasiswi yang harus mampu merepresentasikan dirinya sebagai perempuan yang cantik seutuhnya.

Sebagai makhluk sosial, didalam kehidupan sehari-harinya setiap manusia membutuhkan bantuan dengan manusia yang lain. Hal itu terjadi karena memang sejatinya manusia saling membutuhkan agar dapat memenuhi kebutuhannya. Kecenderungan antar manusia akan menciptakan komunikasi dengan manusia yang lainnya. Komunikasi akan terjadi karena saling membutuhkan melalui sebuah interaksi (Halikin, 2014). Maka dalam hal ini adalah interaksi dari para mahasiswi dengan perempuan lain serta kepada masyarakat di lingkungan sosialnya. Peneliti pun tertarik mengetahui bagaimana pola interaksi sosial yang dilakukan para mahasiswi dalam beraktualisasi diri di lingkungan masyarakat. Dengan hal ini maka peneliti pun harus melihat bagaimana interaksi yang terjadi didalamnya. Interaksi yang terjadi antar sesama manusia biasa dikenal dengan interaksi sosial. Menurut Hamdi (dalam Mocodompis, 2014) interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara individu satu dengan yang lain serta kelompok dan beberapa kelompok lainnya. Ahli psikologi lain, Gerungan (2003, hlm. 31) menyatakan bahwa interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu yang dapat mempengaruhi individu lain dengan kelakuan yang dilakukan oleh masing-masing individu.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Shaw (2010, hlm. 46) bahwa interaksi sosial itu dianggap sebagai pertukaran antar pribadi dari setiap orang dengan cara menunjukkan perilakunya satu sama lain. Hal senada juga disampaikan oleh Thibaut dan Kelley (2008, hlm 65) bahwa interaksi sosial itu sebagai suatu peristiwa yang terjadi ketika dua orang atau lebih hadir dan berkomunikasi dalam keadaan yang sama dan mereka saling mempengaruhi didalamnya. Jadi didalam interaksi, tindakan yang dilakukan setiap orang bertujuan untuk mempengaruhi tindakan individu yang lainnya. Dan jika dilihat kedalam penelitian ini maka interaksi yang terjadi disini adalah komunikasi yang terjadi antara Jovi dan penontonnya yang merupakan para mahasiswi serta komunikasi yang terjadi antara para mahasiswi dengan kerabat atau lingkungan sekitar dalam beraktualisasi diri didalam lingkungan masyarakatnya.

Terdapat penelitian sebelumnya dari Chela Merchela Funay dan Lintang Ratri Rahmiaji yang membahas mengenai Representasi Androgini Jovi Adhiguna di *Video Blog Youtube*, tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana sikap Jovi terhadap suatu ideologi mengenai heteronormativitas melalui channel miliknya terhadap representasi identitas dari seorang Jovi yang androgini di tengah lingkungan masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah representasi yang ditampilkan oleh Jovi didalam *vlognya* sebagai seorang androgini yang direpresentasikan belum sepenuhnya dapat melawan heteronormativitas atau bahkan mendukung ideologi tersebut dengan pernyataan bahwa androgini adalah liyan (Funay & Rahmiaji, 2018).

Adapula jurnal yang berjudul Persepsi Audiens Terhadap Kecantikan Perempuan Oleh *Beauty Vlogger* di *Youtube* (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP UNMUL) yang dimana fokus penelitian jurnal ini adalah ingin mengetahui bagaimana persepsi audiens terhadap kecantikan perempuan dikalangan mahasiswi Ilmu Komunikasi yang menonton *tutorial make up beauty vlogger* di *youtube*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para *audiens* memiliki tanggapan-tanggapan yang berbeda-beda mengenai kecantikan yang diberikan oleh *beauty vlogger*. Para informan pun melihat bahwa cantik itu berbeda-beda dan para *beauty vlogger* hanya menunjukkan cantik dari segi fisik

namun kecantikan yang utuh itu berasal dari keseluruhan sikap, perilaku, karakter, wawasan dan juga profesi (Badriya, Fitriyah, & Sary, 2018).

Selanjutnya terdapat penelitian lain dengan metode yang berbeda telah dilakukan oleh Mira Herlina dan Linda Islami dosen ilmu komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta dengan judul Hubungan antara *trend* penggunaan *video blog* di media sosial dengan kepuasan pada aktualisasi diri remaja dilakukan pada tahun 2016. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara trend penggunaan *video blog* di media sosial terhadap kepuasan pada aktualisasi diri remaja. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa terdapat suatu hubungan yang cukup kuat antara variabel *trend* penggunaan *vlog* pada media sosial dengan kepuasan aktualisasi diri (Herlina & Islami, 2016).

Penelitian ini nantinya akan banyak membahas mengenai bagaimana para mahasiswi merepresentasikan makna cantik dari konten *vlog* Jovi Adhiguna dalam pengaktualisasian diri mereka sebagai seorang perempuan. Konsep representasi diri disini dikembangkan oleh Barker yang mengacu pada penggunaan tanda-tanda bagaimana seorang perempuan menampilkan ulang makna cantik yang berasal dari seorang laki-laki (Barker, 2005). Yang kemudian setelah merepresentasikan makna cantik tersebut maka para mahasiswi akan lebih bisa mengaktualisasikan dirinya sebagai perempuan yang cantik karena memang kodrat setiap perempuan adalah cantik. Pengaktualisasian diri dari para mahasiswi ini adalah bagaimana seorang perempuan dapat mengerjakan apa yang ia rasa benar dalam kodratnya sebagai perempuan tanpa harus berdandan secara berlebihan, dan hanya untuk menunjukkan kodrat sejatinya sebagai perempuan yang sejatinya memang cantik.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, terdapat beberapa hal yang perlu untuk diamati oleh peneliti, yaitu bagaimana seorang laki-laki seperti Jovi Adhiguna dapat mempresentasikan makna cantik melalui videonya di *youtube*, dan bagaimana para mahasiswi akan kembali mempresentasikan suatu kecantikan yang ada didirinya sebagai bentuk aktualisasi diri.

Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Representasi Makna Cantik dalam Aktualisasi Diri terhadap Pola Interaksi Sosial Melalui Konten *Vlog* (Studi Fenomenologi *Vlog* Jovi Adhiguna)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Merujuk dari latar belakang penelitian diatas maka peneliti mendapatkan rumusan masalah secara umum yaitu, “Bagaimana representasi makna cantik dalam aktualisasi diri terhadap pola interaksi sosial mahasiswi melalui konten *vlog* Jovi?”. Selanjutnya rumusan masalah secara umum tersebut dielaborasi ke dalam beberapa rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk representasi makna cantik para mahasiswi terhadap konten *vlog* Jovi Adhiguna?
2. Bagaimana pengaruh representasi makna cantik dalam konten *vlog* Jovi Adhiguna terhadap aktualisasi diri para mahasiswi?
3. Bagaimana pola interaksi sosial mahasiswi dalam merepresentasi makna cantik sebagai bentuk aktualisasi diri?
4. Bagaimana implikasi representasi makna cantik dalam aktualisasi diri terhadap pola interaksi sosial melalui konten *vlog* dalam kajian pembelajaran sosiologi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai representasi makna cantik dalam aktualisasi diri terhadap pola interaksi sosial mahasiswi melalui konten *vlog* Jovi. Secara khusus tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi bentuk representasi makna cantik mahasiswi terhadap konten *vlog* Jovi Adhiguna.
2. Mengetahui pengaruh representasi makna cantik dalam konten *vlog* Jovi Adhiguna terhadap aktualisasi diri para mahasiswi.
3. Memahami pola interaksi sosial mahasiswi dalam merepresentasi makna cantik sebagai bentuk aktualisasi diri.

4. Mengetahui implikasi representasi makna cantik dalam aktualisasi diri terhadap pola interaksi sosial melalui konten *vlog* dalam kajian pembelajaran sosiologi

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta pengembangan terhadap teori yang berkaitan dengan pengaktualisasian diri seseorang melalui *vlog* pada platform *Youtube* sebagai sesuatu yang positif, dan bagaimana pola interaksi yang ada di masyarakat, serta bermanfaat pula untuk perkembangan ilmu pengetahuan didalam bidang sosiologi dan pendidikan sosiologi.

Adapun manfaat secara praktis dari penelitian ini antara lain :

Bagi peneliti, dimana penelitian ini dapat dijadikan bahan tambahan dalam ilmu pengetahuan serta konsep dalam ilmu sosiologi yang khususnya membahas mengenai representasi makna cantik dalam pengaktualisasian diri terhadap pola interaksi didalam masyarakat melalui video-video yang ada di *Youtube*.

Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa terutama mahasiswi dalam pengaktualisasian diri yang dapat didukung dengan mengikuti video-video yang ada di *Youtube* sebagai acuan hal-hal positif tanpa harus mengubah dirinya sendiri tetapi mengembangkan potensi yang ada didirinya sendiri serta mengetahui bagaimana pola interaksi yang ada didalam masyarakat. Diharapkan para mahasiswi dapat lebih memilah dan memilih tontonan dalam media sosial serta dampaknya terhadap pembentukan aktualisasi diri mereka.

Bagi para *vlogger*, hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para *vlogger* agar lebih bijak dalam membuat dan mengunggah konten video yang ada pada *channel Youtube* mereka agar berpengaruh dan berdampak positif bagi setiap penonton dan tidak merugikan para penonton.

Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi masyarakat terutama para orang tua untuk tetap mengawasi dan mendukung suatu proses aktualisasi diri dari setiap anaknya khususnya anak perempuan agar dapat memaknai makna cantik dengan sebenarnya sehingga mampu mengaktualisasikan

dirinya didalam masyarakat dengan jalan yang positif dan sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.

### **1.5 Struktur Organisasi Tesis**

Agar tesis ini mudah dipahami oleh berbagai pihak yang berkepentingan maka tesis ini disajikan ke dalam lima bab yang telah disusun berdasarkan struktur penulisan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

Bab I berisikan pendahuluan. Pada bab ini terdapat uraian mengenai apa yang menjadi latar belakang penelitian, pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta struktur organisasi tesis.

Bab II berisi kajian pustaka. Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan fokus penelitian serta pengetahuan yang mendukung didalam penelitian ini, dan juga terdapat penelitian terdahulu yang sesuai dengan bidang yang tengah diteliti.

Bab III berisikan metode penelitian. Pada bab tiga ini peneliti menjelaskan mengenai desain penelitian, siapa saja partisipan penelitian, dimana lokasi penelitian, instrumen penelitian, pengumpulan data, bagaimana analisis data serta uji keabsahan data.

Bab IV berisi mengenai temuan dan pembahasan. Bab ini menjelaskan mengenai apa saja hasil temuan pada penelitian dan juga pembahasan mengenai representasi makna cantik dalam membentuk aktualisasi diri dan pola interaksi sosial melalui konten *Vlog Jovi Adhiguna*.

Bab V berisi simpulan, implikasi dan rekomendasi. Didalam bab ini peneliti berusaha memberikan apa saja simpulan yang telah didapatkan dalam penelitian, implikasi serta rekomendasi dalam penelitian selanjutnya sebagai penutup dari hasil penelitian dan permasalahan yang telah diidentifikasi serta dikaji dalam tesis ini.